

## NÓS E ELES: RESPONSABILIDADE SOCIAL DOS MEDIA NA CONSTRUÇÃO DE UMA CIDADANIA INCLUSIVA

Manuel Barbosa

Instituto de Educação, Universidade do Minho. mbarbosa@ie.uminho.pt

### RESUMO

O objeto deste texto, suportado na demonstração do poder ou influência dos meios de comunicação e da sua responsabilidade, por vezes contraditada pelas construções informativas de carácter negativo e depreciativo dos novos “outros” que habitam entre nós, ou seja, os migrantes internacionais que procuram novas oportunidades nos países ocidentais, consiste em defender que os *media* podem desempenhar um papel relevante na construção de uma cidadania culturalmente inclusiva, enquanto projeto ético de respeito igualitário de todos os seres humanos, e que esse protagonismo passa, fundamentalmente, pela “justiça mediática” aquando da cobertura noticiosa das alteridades imigrantes, pela promoção de uma cultura da tolerância e da compreensão mútua, além da desconstrução de mitos negativos a respeito dos imigrantes e do reconhecimento que podem ser, desde já, agentes de uma “cidadania comunicacional”.

### PALAVRAS-CHAVE

Imigração, multiculturalismo, *media*, cidadania, responsabilidade social.

«Os *media* têm vindo a transformar o meio que nos rodeia... eles modificam profundamente o nosso comportamento e o nosso imaginário»  
(Gonnet, 2007: 57)

A realidade social onde nos inscrevemos e movimentamos, qual manta de Arlequim de múltiplos formatos e diversas cores, é uma arena multiétnica e multicultural cada vez mais consciente da sua diversidade e da sua complexidade, das suas tensões e das suas contradições, não obstante essa tendência estafada para negar as evidências quanto à composição étnico-cultural plural das nossas sociedades. Assistimos a uma multiculturalização galopante dos cenários sociais e isso reflete-se na variedade de gente que encontramos nesses cenários e na quantidade de notícias sobre estranhos e estrangeiros que se plasmam nos meios de comunicação social, quer impressos quer eletrónicos.

Além de umas quantas experiências diretas com estranhos e estrangeiros, o conhecimento que temos deles, e as opiniões que formamos a respeito de suas crenças, valores, costumes e tradições, derivam essencialmente de iconografias e mensagens mediáticas. Apreendemos o mundo da diversidade cultural, das nossas sociedades multiétnicas e multiculturais, essencialmente através dos *media*. Os *media* debitam diariamente informações a propósito dos culturalmente outros e constroem, muitas vezes enviesadamente e sem os ouvir, representações e categorizações acerca do que são e como se veem enquanto entidades culturais num espaço que tende a viver da polarização Nós/Eles.

A polarização entre Nós e Eles, descontando aproveitamentos indevidos e dramatizações facciosas, traduz discursivamente uma realidade sociológica que os *media*, diariamente, encenam em jornais, rádios, televisões, vídeos e *internet*. Estes

meios, como mostraremos na altura certa, são determinantes na apresentação e na representação dessa polarização, podendo inviabilizar, com seus gestos irresponsáveis, qualquer perspectiva de entendimento e de reconhecimento entre Nós e Eles. O seu poder de condicionamento do nosso comportamento e do nosso imaginário é enorme. Hoje, são os *media* que concretizam e moldam, em grande medida, a nossa percepção e a nossa aceitação ou rejeição da multiculturalidade e da interculturalidade. A sua influência é decisiva, como mostra a história dos tempos mais recentes, em termos de hospitalidade ou hostilidade em relação a estranhos culturais, sejam eles minorias étnicas, imigrantes, forasteiros ou refugiados. Devemos, pois, contar com os *media* na modelação de atitudes e condutas em relação aos outros culturalmente diferentes e, sobretudo, na construção de uma cidadania mais inclusiva do ponto de vista cultural.

A cidadania, mais do que uma realidade estatutária que define direitos e estipula deveres, é também, e acima de tudo, um projeto ético de respeito igualitário por todos os seres humanos. É um projeto em construção, em definição, que engloba o respeito por aquilo que somos (seres humanos da mesma espécie, da mesma linhagem) e por aquilo que assumimos como traços distintivos do nosso jeito de ser em sociedade: língua, mitos, ritos, simbolismos, crenças, tradições, costumes, convicções e religiões. A responsabilidade social dos *media*, a existir e a fazer algum sentido, também passa por aqui. Passa, obrigatoriamente, pelo apoio a esse projeto de cidadania culturalmente inclusiva, respeitadora das diferenças culturais e aberta, tendencialmente, ao diálogo e ao entendimento interculturais.

O objeto da nossa dissertação, contextualizado neste segmento introdutório, consiste precisamente em defender esse protagonismo dos *media* na construção de uma cidadania culturalmente inclusiva, tendo em atenção dois dados fundamentais: por um lado, a interposição dos *media* entre Nós e Eles e o seu poder de influência na configuração de atitudes e comportamentos; por outro, a necessidade de regulação e supervisão do chamado “quarto poder” se quisermos que ele contribua para a institucionalização de uma cidadania respeitadora da multiculturalidade e alinhada com a interculturalidade.

## 1. OS MEDIA ENTRE NÓS E ELES: A RELEVÂNCIA DO QUARTO PODER

O mundo em que vivemos está cada vez mais diversificado. A sua paisagem cultural, na sequência dos mais recentes fluxos de entrada de migrantes internacionais, tornou-se um grande mosaico de línguas, crenças, costumes, religiões e *lifestyles*. Segundo dados da OCDE (2009), só na última década, mais de cinco milhões de pessoas atravessaram anualmente linhas de fronteira internacionais para ir viver num país desenvolvido. A tendência, como reconhece o Relatório de Desenvolvimento Humano de 2009, marca sobretudo as deslocações para os países mais ricos do hemisfério norte – como em contrapeso à massiva “exportação” de populações, desses países, para os quatro cantos do mundo, em séculos passados. O movimento demográfico é agora, não obstante o clima de estagnação e recessão económica, do Sul para o Norte e dos países mais pobres para os países mais ricos e opulentos.

Estes fluxos migratórios, apesar de limitados comparativamente com fluxos de sentido oposto em outros períodos da história, têm profundas repercussões nos países de destino. Não “mexem” apenas com o mercado de trabalho e com as infraestruturas socioeconómicas. Incidem também, reconhecidamente (Villegas & Bellido, 2008: 91), na paisagem cultural existente: “Assistimos, nos tempos que

correm, a um modelo de sociedade que apresenta maior diversidade cultural produzida pelo fenómeno migratório. Já não se trata de uma imigração de ida e volta, como outrora, em que o imigrante aceita a sua condição, esperando regressar à sua terra de origem, logo que possível, com as suas economias. Agora, o imigrante vem para se fixar, para formar parte da nossa sociedade, e fá-lo com a pretensão de que a sua identidade cultural seja respeitada e reconhecida”.

As pessoas, os imigrantes, e em menor número os refugiados, têm uma identidade cultural e viajam com ela para os países de destino. O mais habitual, nessas arenas por vezes inóspitas e de alguma maneira racistas e xenófobas, é preservar os marcadores da sua identidade cultural, únicos capazes de proporcionarem solidariedade na precariedade, junto do grupo de iguais, já assentados e minimamente estabelecidos.

Os outros entre nós, no Ocidente tecnologicamente desenvolvido, são hoje, sobretudo, os imigrantes, as minorias étnico-culturais que vieram à procura de novas oportunidades e com a esperança de melhorarem a sua situação. O verdadeiro desafio do nosso tempo é o encontro com estes outros, de raça e cultura diferentes, cada vez mais conscientes da sua identidade e dos seus valores próprios, renitentes a uma qualquer negação das suas origens e dos seus traços culturais, rebeldes a qualquer assimilação indesejada e exigentes no reconhecimento público.

Estes novos e diferentes outros, acabados de chegar, já estão na fila de espera da aceitação e do reconhecimento, mas entre *Eles* e *Nós*, qual teatro de sombras, estende-se uma cortina nem sempre objetiva e transparente: a cortina dos meios de comunicação.

O nosso conhecimento destas alteridades, estranhas do ponto de vista cultural, é frequentemente mediatizado pelos órgãos de comunicação, quer impressos quer eletrónicos, desde a rádio e a televisão às revistas e aos jornais, passando pelo vídeo, o cinema e a *internet*. A maior parte do nosso conhecimento social e político, assim como as nossas crenças sobre o mundo, emanam das dezenas de informações que lemos e ouvimos diariamente. “Quer queira ou não, eu estruturo a minha relação com o mundo em função das informações que me são fornecidas” (Gonnet, 2007: 51). Ora, à exceção de umas quantas aprendizagens experienciais resultantes de contactos e interações sociais diretas com estrangeiros, o processamento de informação sobre estas pessoas, na sociedade da informação e da comunicação, de esferas públicas sobressaturadas pelos *mass media*, acaba por se basear, essencialmente, no discurso dos meios de comunicação.

Todos nós formulamos inferências e tiramos conclusões sobre esses outros a partir dos discursos dos *media*. É ainda com base nessa discursividade, feita de palavras, sons e imagens, que construímos conceptualizações dos estranhos culturais e que os tomamos por gente possuidora de certas características. Opinamos, à luz das iconografias e das mensagens mediáticas, se são dignos de respeito e confiança; se as suas crenças merecem reconhecimento público e se estamos de acordo com os seus estilos de vida. Como já foi amplamente estudado, nomeadamente por González Cortés, a maioria dos cidadãos não tem contacto direto com imigrantes nas suas relações pessoais, sociais ou laborais: “isto, não obstante, não cria obstáculo algum a que opinem sobre as suas características pessoais, as diferentes culturas de que são originários e sobre os valores, direitos e costumes que lhes são próprios” (González Cortés, 2006: 54).

Tanto os meios audiovisuais como os escritos configuram discursos que criam valores, atitudes e juízos acerca dos estranhos e dos estrangeiros. Desempenham, como diz Mary Nash (2005: 17), “um papel decisivo na construção de crenças compartilhadas

e na transmissão e aprendizagem social de valores culturais. Entre estes valores figuram os que estão associados à imigração e à diversidade cultural. Neste sentido, os relatos informativos assumem um papel decisivo na criação e transmissão das crenças e atitudes que a sociedade adota em relação às pessoas imigrantes”.

Os *media* realizam um papel de primeira ordem na formação da opinião pública neste âmbito, já que, como mostrou Van Dijk (1997: 76), as pessoas se referem frequentemente aos meios de comunicação quando expressam ou defendem uma opinião étnica. Os meios de comunicação de massas são das autoridades mais influentes nessa matéria. Dispõem, manifestamente, de um poder simbólico capaz de influenciar decisivamente as atitudes e os comportamentos de amplas camadas da população. Um tal poder – o assim chamado “quarto poder” – tem a capacidade de fabricar diariamente representações culturais da alteridade imigrante, as quais, dando forma a um imaginário social ou coletivo, podem induzir práticas sociais de diversa índole, ora no sentido do reconhecimento, ora na direção da discriminação e da rejeição.

A “mediacracia”, embora exagerada, não é uma brincadeira de crianças nem uma fantasia analítica. É uma realidade nas sociedades saturadas por meios informativos e comunicativos. É um poder que influi nos modelos mentais das pessoas e nas suas crenças mais profundas. Por esta via, acaba mais tarde ou mais cedo por incidir na configuração das ações concretas, pois as ações, quer queiramos quer não, estão dependentes dos nossos modelos mentais. Como admite Van Dijk (1997: 232-233), “a influência do discurso mediático consiste antes de mais no controlo dos modelos dos usuários mediáticos”. Os modelos são as representações e as interpretações de acontecimentos e situações, de pessoas concretas e de interações sociais.

A influência dos meios de comunicação e, portanto, do quarto poder, é normalmente indireta e raras vezes é total. No entanto, quando se podem controlar (parcialmente) os modelos preferenciais ou as representações sociais, as consequências são bastante consideráveis, uma vez que essas representações incidem na modelação das interpretações, as quais, pela razão já adiantada, configuram o universo imediato das ações. Ou seja, os meios de comunicação não são diretamente responsáveis pelos nossos comportamentos; são antes responsáveis por imagens e modelos mentais que condicionam enormemente as condutas e as ações. Esses meios, através de seus discursos, constroem um imaginário coletivo de grande impacto na opinião pública. Pode-se dizer, tendo em conta os novos outros com os quais nos deparamos, que os padrões estabelecidos pelo discurso mediático se convertem, *hic et nunc*, numa pedra angular da criação e da difusão de um imaginário coletivo com fortes repercussões na imagem e nos modelos que nos orientam no trato e no relacionamento com essas novas alteridades, culturalmente diferentes. O poder simbólico do quarto poder reside nisso mesmo e há que contar com ele se queremos o seu contributo na institucionalização de uma cidadania culturalmente inclusiva. Será esta a responsabilidade social dos *media* num mundo cada vez mais multiétnico e multicultural, sujeito a divisões e a crispações?

## **2. DE BOAS INTENÇÕES ESTÁ O INFERNO CHEIO: QUE É FEITO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL DOS MÉDIA?**

A nossa percepção da realidade social, e do mundo em geral, é hoje fortemente condicionada pelos meios de comunicação. O que dizemos e o que fazemos, nomeadamente em relação às alteridades imigrantes e às minorias étnicas que se constituem nas nossas arenas sociais, resulta em grande parte da “dieta” que nos é

administrada pelos diferentes meios de comunicação, não só a rádio mas também a televisão, os jornais, as revistas, os livros, o cinema, o vídeo e a *internet*.

Apesar da aparência e de certas ideias feitas, os *media* não refletem a realidade objetiva do mundo nem a reproduzem a papel químico. Não são canais diretamente abertos para essa exterioridade, sem qualquer tipo de mediação e construção. São antes o lugar de elaboração e expressão da verdade de uma sociedade. Os *media* são oficinas de representações, positivas e negativas, que diariamente se produzem nas redações dos jornais, nos bastidores da televisão, nos estúdios da rádio, nos ecrãs do cinema e nas páginas da *internet*. Os *media* não são inocentes nem imparciais. Os seus textos, as suas imagens, as suas músicas, as suas palavras, são orquestrados para se atingir uma certa finalidade. Há sempre uma intenção subjacente que comanda as mensagens e as iconografias difundidas. E essa intenção, no caso da cobertura e do tratamento noticioso das minorias étnicas, dos estrangeiros, dos imigrantes, pode ir em sentido contrário à promoção da tolerância, do respeito mútuo, do diálogo, do reconhecimento e do entendimento.

Certamente que os *media*, acompanhados pelos novos sistemas de informação e comunicação, podem possibilitar a descoberta de novas raças e culturas sem discriminações, racismo e xenofobia. O civismo é um património comum, inclusive dos *media*, mas pode estar em falta nestes veículos de informação e comunicação, hoje arregimentados ao comércio e ao negócio de grandes grupos mediáticos. Ou seja, podem não contribuir, como devem, para o bom entendimento no seio das nossas sociedades multiculturais. Como refere Van Dijk (1997: 12) a propósito da imprensa diária: “existem jornais de ampla circulação, entre os quais se contam os mais progressistas, que nem sempre contribuem positivamente para as nossas sociedades multiculturais. Muito pelo contrário, e às vezes com subtilidade, contribuem para a reprodução social de uma imagem negativa dos imigrantes, refugiados e minorias, criando ou exacerbando preconceitos étnicos e racistas na população em geral”.

Os discursos mediáticos, nas nossas sociedades multiétnicas e multiculturais, podem marcar uma clara diferença entre Nós e Eles mediante a associação negativa dos *outros* com valores e atributos negativos, como a delinquência, a prostituição, a criminalidade organizada, o terrorismo, o atraso, a estupidez, a preguiça, a imoralidade, o irracionalismo, o fundamentalismo e o integrismo. Estudos recentes e análises sistemáticas da presença dos forasteiros, imigrantes e minorias étnicas concomitantes nos *media* ocidentais indicam, claramente, a continuidade de práticas discursivas discriminatórias e subalternizadoras a seu respeito (Aramburu, 2002). A investigação de Mary Nash (2005) corrobora essa leitura crítica dos *media* ocidentais para o caso duma certa imprensa de referência espanhola ao dar por adquirido, com o devido fundamento, que é possível detetar, nesse meio de comunicação social, um reiterado discurso de alteridade sustentado numa visão de subalternidade dos estrangeiros recém-chegados, em particular dos imigrantes.

Com frequência, segundo documentação existente (Van Dijk, 1997: 227), alguns meios de comunicação exacerbam, pelo menos, o etnicismo e o amor à raça própria, à semelhança do que fazem, de maneira por vezes encoberta e envergonhada, certas elites políticas, corporativas, académicas e educativas que controlam esses meios ou a eles têm acesso privilegiado. A investigação continua a demonstrar, estudo após estudo, que os meios de comunicação ocidentais reproduzem, e insistem em reproduzir, leituras simplistas da outredade imigrante e que são, com seus reportórios de estereótipos e preconceitos, uma peça fundamental da

maquinaria de fabricação e difusão de imaginários negativos acerca dos estranhos e dos estrangeiros. As múltiplas associações de imigrantes, e as organizações não governamentais especializadas em imigração, bem tentam remar contra a maré, mas o facto é que os *media* continuam a veicular distorções sobre os imigrantes, a disseminar discursos humilhantes, a retratá-los negativamente e a contribuir, deste modo, para o seu rebaixamento social.

Duas importantes observações devem ser feitas a este propósito: verifica-se, por um lado, o silenciamento da voz dos imigrantes (e o mesmo é válido para refugiados e minorias étnicas estrangeiras) nas construções informativas dos meios de comunicação e, por outro, a utilização de uma estratégia discursiva manifestamente discriminatória em relação a esses outros. A ausência de voz dos imigrantes na construção das notícias não é apenas antidemocrática e discriminatória. É sobretudo uma profunda injustiça, pois, assim, os imigrantes não se podem defender dos “mitos negativos” que se constroem a seu respeito (Gross, 2008: 36), como, por exemplo, que “a imigração é uma invasão”; que “a imigração desvaloriza os salários e é concorrência desleal”; que “os imigrantes beneficiam indevidamente de leis sociais generosas” ou que “a imigração ameaça a unidade e a identidade nacionais”. No que concerne a estratégia discursiva desses meios, e atendendo apenas ao essencial, verifica-se que acentuam, por vezes irresponsavelmente, a clivagem entre Nós e Eles; que se centram, quase obsessivamente, em problemas sociais, económicos e culturais supostamente causados por Eles e que, neste âmbito, escolhem cirurgicamente um pequeno conjunto de temas negativos: a imigração como perigo para os nossos padrões de vida, como presença cultural contaminante, como fonte de insegurança, como terrorismo, como abuso de benefícios sociais ou como incapacidade de adaptação à nossa língua e costumes.

As estratégias discursivas dos *media*, tanto impressos como eletrónicos, convergem normalmente para este esquema: enfatiza-se informação negativa sobre Eles e ressalta-se informação positiva sobre Nós; supprime-se informação positiva sobre Eles e elimina-se informação negativa sobre Nós (Van Dijk, 1999: 333). Ou seja, faz-se a representação negativa dos alienígenas como alteridades de segunda classe, nas margens da sociedade e da consideração social, e a autoapresentação positiva de nós mesmos supostamente dotados das melhores qualidades.

Uma tal visão de Nós e Eles não é apenas simplificadora do ponto de vista da complexidade das entidades representadas. É também, e sobretudo, uma leitura profundamente injusta das novas alteridades, pois é atravessada por enormes défices de civilidade e equidade.

A injustiça do tratamento mediático das novas alteridades, como é bem sabido, tem outras dimensões e outros tópicos de registo, como é o caso da sistemática seleção de episódios sensacionalistas ou o apelo, também muito corrente, a sentimentos e a emoções primárias. A deontologia dos *media*, como lembrete de uma auto-regulação necessária, é importante para evitar essa injustiça, mas tem-se vindo a constatar, pelas mais diversas razões, que é insuficiente. Apesar das boas intenções, os *media* nem sempre cuidam da sua responsabilidade social em matéria de cobertura noticiosa das novas alteridades e respectivas minorias. Ora, nunca é demais lembrar, à luz do Pacto de Direitos Cívicos e Políticos e, sobretudo, da Convenção Internacional Sobre a Eliminação de Todas as Formas de Discriminação Racial, que os meios de comunicação devem proteger, e permanentemente ajudar, as minorias, evitando propaganda racista e formas insidiosas de discriminação étnica.



Os meios de comunicação devem contribuir, no mínimo, “para que essas minorias sejam conhecidas e que as próprias posições que os restantes cidadãos podem adoptar em relação a elas se baseie num conhecimento crítico das suas diferenças culturais” (Cf. Villegas & Bellido, 2008: 98).

Assim sendo, além duma auto-regulação exigente em termos de cobertura mediática de assuntos étnicos, faz falta uma regulação e uma supervisão permanente desses *media*, não só por agências governamentais ou autoridades reguladoras estatais, mas também por atores coletivos da própria sociedade civil, em particular os que acompanham quotidianamente as agruras e as desventuras dos refugiados e dos imigrantes.

Sabemos que a regulação dos meios de comunicação, “à medida que os governos se retiram do negócio e as novas tecnologias se globalizam” (Barber, 2006: 229) não se afigura fácil. Ademais, surge sempre a tentação, por parte do poder instituído, de governamentalizar essa regulação quando é das suas atribuições, diretas ou indiretas. Assim, emerge como muito importante o protagonismo da sociedade civil e, desde logo, a sua educação para os *media*, pois aí reside a verdadeira plataforma de regulação dos meios de comunicação numa sociedade que precisa, para sobreviver ao choque da multiculturalização, de uma cidadania culturalmente inclusiva e de cidadãos multi/interculturais.

### **3. A CONSTRUÇÃO DE UMA CIDADANIA CULTURALMENTE INCLUSIVA: PROTAGONISMO DO DISCURSO MEDIÁTICO**

A construção de uma cidadania culturalmente inclusiva, respeitadora das diferenças culturais e apostada na dialogicidade intercultural, não parece tarefa fácil, sobretudo se tivermos em conta que, nos países de destino dos principais fluxos migratórios, se vive um clima de medo em relação aos novos imigrantes e que o multiculturalismo, associado à diversidade étnico-cultural da imigração, está perdendo terreno e apoio em países que, até há pouco tempo, estavam na vanguarda das políticas multiculturais, ou seja, nas democracias anglo-saxónicas e em áreas restritas do espaço europeu (ver Kymlicka, 2009: 136-142).

A retirada de apoio ao multiculturalismo, na medida em que “arrefece” a prossecução de políticas de anti-discriminação étnica, não favorece a adesão a uma cidadania culturalmente inclusiva e, muito menos, o empenhamento na sua construção. Ainda assim, e talvez porque os tempos não lhe são favoráveis, precisamos de apostar na sua institucionalização, quanto mais não seja por uma questão de sobrevivência: “a sobrevivência num mundo contingente e diverso só é possível se cada uma das diferenças reconhece as demais diferenças como condição necessária da conservação de si mesma” (Bauman, 1991: 256).

A onda de multiculturalização que varre as nossas sociedades, e não apenas as dos tradicionais países de imigração, até pode suscitar medos e desconfianças em relação às alteridades imigrantes, mas estes medos e desconfianças, por vezes infundados, só podem ser ultrapassados com uma nova cidadania, aberta ao diálogo e ao reconhecimento, às negociações e às interações, às sínteses e às fusões, na base da igual dignidade cultural de todos os seres humanos.

Uma cidadania como esta, porque mexe profundamente com o nosso comportamento e o nosso imaginário, só se pode operacionalizar, nas diferentes esferas da vida, com o apoio do discurso mediático. O discurso mediático, apesar de influente, não está propriamente investido de um poder soberano, mas é capaz de alavancar

a remodelação de representações culturais da alteridade imigrante e de, por essa via, redefinir o imaginário que suporta a expressão de novos comportamentos.

Os meios de comunicação, com seus discursos informativos e opinativos, são um recurso a ter em conta na construção *bottom up* de uma cidadania culturalmente inclusiva. “Sem o papel ativo dos meios de comunicação é impossível pensar na existência de processos de construção do consentimento público, do discurso e da opinião públicos” (Van Dijk, 1997: 230). Ou seja, não é possível suscitar adesão e envolvimento em novos desafios públicos, em iniciativas que exigem, antes de mais, o consentimento das pessoas.

A acção dos meios de comunicação a favor da construção de uma cidadania culturalmente inclusiva, quando devidamente enquadrada e supervisionada por agentes da sociedade civil, em particular por organizações especializadas no acompanhamento e apoio a imigrantes e a refugiados, ou ainda por associações de utentes dos *media* de grande difusão, como a rádio e a televisão, pode cobrir um amplo espectro de iniciativas e incidir, tecnicamente, mais num meio do que noutra. Aqui, sem descer a esse pormenor, gostaríamos de salientar as iniciativas que se afiguram exequíveis e simultaneamente nucleares.

Em primeiro lugar, a inclusão da voz dos imigrantes nas construções informativas dos meios de comunicação, dado ser importante para evitar estereótipos identitários negativos e para ficarmos a saber, de maneira mais credível, o que são do ponto de vista cultural. Só um conhecimento sério e rigoroso dos imigrantes pode levar ao reconhecimento e isso, manifestamente, requer a integração da sua voz, da sua palavra, das suas narrativas, nas peças informativas dos principais meios de comunicação.

Em segundo lugar, a representação equilibrada, sem facciosismos, de Nós e Eles. A apresentação positiva de nós e a apresentação negativa deles, usando de todas as estratégias discursivas discriminatórias, está proibida e é inaceitável. Um profundo sentido de justiça deve presidir à elaboração de notícias e à difusão de conteúdos nos vários *media*, sem que isso implique, por correção política, distorções e ocultações.

Em terceiro lugar, a desconstrução de mitos negativos a respeito dos imigrantes, nomeadamente o que define a imigração como uma ameaça à unidade cultural e linguística da sociedade receptora, ou como um perigo para o nosso estilo de vida, com recurso a dados empiricamente validados pela investigação científica.

Em quarto lugar, o máximo de prudência em associar, quando é de associar, a criminalidade com a nacionalidade, pois pode ser penalizador, em demasia, para os imigrantes.

Em quinto lugar, a rejeição das focalizações em episódios espetaculares e sensacionalistas quando correm o risco de reforçar a imagem de desvio e marginalidade dos imigrantes.

Em sexto lugar, a organização de fóruns e debates em torno dos problemas da imigração, do acolhimento e da integração nas estruturas da sociedade receptora.

Em sétimo lugar, a dinamização, em suportes impressos e eletrónicos, de conversas e diálogos interculturais.

Em oitavo lugar, a promoção de uma cultura da tolerância e da compreensão mútua sem descurar, no exercício dos deveres profissionais, a função e a obrigação de informar.

Em nono lugar, a assunção de uma visão pedagógica em toda a relação



informativa e comunicativa com o público, dadas as repercussões educativas das mensagens mediáticas.

Por fim, o reconhecimento de que podem ser os agentes promotores de uma “cidadania comunicacional”, baseada no respeito lúcido e crítico das diferenças culturais, hoje tão necessária nas novas ferramentas de informação e comunicação, nomeadamente nos *chats* e nos *blogs* da *internet*.

O âmbito de responsabilidade social dos *media* está em permanente reconfiguração, mas hoje, face à onda de choque da multiculturalização, ganha outra dimensão na promoção de uma cidadania culturalmente inclusiva. A auto-regulação, mesmo obedecendo a rigorosos padrões éticos, é manifestamente insuficiente face às lógicas mercantilistas que se impõem nas tarefas de informação e comunicação. Assim, a essa auto-regulação exigente, mas sempre frágil, deve-se acrescentar, como suplemento de alma, o escrutínio das entidades reguladoras e, essencialmente, a vigilância da sociedade civil.

A sociedade civil joga aqui um papel de primeira ordem, mas deve ser educada, desde os bancos da escola, a decifrar e a utilizar os *media* em função da ambição de uma nova cidadania, culturalmente inclusiva e mais alinhada com o respeito igualitário de todos os seres humanos. A grande aposta, hoje em dia, passa por dignificar a ação da sociedade civil e acreditar que, uma vez capacitada, pode ajudar o universo mediático a cumprir com a sua responsabilidade social. //

## REFERÊNCIAS

- Aramburu, M. (2002) *Los Otros y Nosotros: Imágenes del Inmigrante en Ciutat Vella de Barcelona*, Madrid: Ministério de Educación, Cultura y Deporte.
- Barber, B. (2006) *Pasión por la Democracia*, Córdoba: Almuzura.
- Bauman, Z. (1991) *Modernity and Ambivalence*, Cambridge: Polity Press.
- Gonnet, J. (2007) *Educação para os “Media”*. *As Controvérsias Fecundas*, Porto: Porto Editora.
- González-Cortés, M.E. (2006) *La Construcción de la Realidad en los Procesos Migratorios*, Málaga: Asociación para la Investigación y el Desarrollo de la Comunicación.
- Gross, T. (2008) ‘La Inmigración en la Construcción Mediática de la Realidad’ in Salinas de Frías, A. (dir.) (2008) *Inmigración e Integración. Aspectos Sociales y Legales*, Madrid: Sequitur, pp. 17-38.
- Kymlicka, W. (2009) *Las Odiseas Multiculturales. Las Nuevas Políticas Internacionales de la Diversidad*, Barcelona: Paidós.
- Nash, M. (2005) *Inmigrantes en Nuestro Espejo. Inmigración y Discurso Periodístico en la Prensa Española*, Barcelona: Icaria.
- OCDE (2009) Database on Immigrants in OCDE Countries. <http://stats.oecd.org/index.aspx?larg=en>
- Relatório de Desenvolvimento Humano (2009) *Ultrapassar Barreiras: Mobilidade e Desenvolvimento Humanos*, Coimbra: Almedina.

Van Dijk, T. (1997) *Racismo y Análisis Crítico de los Medios*, Barcelona: Paidós.

Van Dijk, T. (1999) *Ideología, una Aproximación Multitudinaria*, Barcelona: Gedisa.

Villegas, J.C. & Bellido, E.M. (2008) *Razones para la Igualdad. Inmigración y Medios de Comunicación*, Sevilla: Editorial MAD.